

# MWC Gift Show 2024 第97届东京国际礼品、消费品博览会（春季）

产品名称	MWC Gift Show 2024 第97届东京国际礼品、消费品博览会（春季）
公司名称	星美（深圳）国际展览有限公司
价格	45800.00/件
规格参数	物流运输:展品送至贵司展位 展团服务:机票酒店餐饮大巴车一站式服务 展后补贴:一直跟进到补贴款到账
公司地址	深圳市龙岗区龙岗街道南联社区龙岗大道(龙岗段)4003号B座702-11A（注册地址）
联系电话	13682182855 13682182855

## 产品详情

2024第97届东京国际礼品及消费品展览会

GIFT SHOW 2024

春季时间：2024年2月06-08日

秋季时间：2024年9月04-06日

展会地点：日本东京都有明国际展览中心

主办机构：日本贸易振兴会 日本百货商场协会 日本日用品进口商协会

展出面积：预计100,000平方米 参展企业：预计3000家

东京国际礼品、消费品博览会创办于1976年，每年分春秋两季举行，是目前日本国内最大、最重要的礼品及生活用品博览会。日本是一个非常重视交换及赠送礼品的国家，每年都会有许多人选择在圣诞节、母亲节、情人节及生日时向自己的亲朋好友赠送礼物，因此日本礼品市场拥有非常广阔的前景。83%的参展观众把东京礼品展看作是能够成功交易和搜集有价值市场信息的最值得参观的贸易展览会同时也是外贸企业、工厂进入日本礼品市场的zuihao途径之一。

礼品展是为业内人士举办的贸易展会，其中96%的观众是负责公司采购或是对公司决策有重大影响的人物，使得参展企业能够更好，更快的完成现场签单及之后的合作交流。同时大会还举办一系列的研讨会

和主题讲座，使得日本礼品展充满无限商机。

展会简介东京国际礼品博览会创办于1976年，每年分春秋两季举行，是目前日本国内最大、最重要的礼品及生活用品博览会，该展由日本商业指导公司（Business Guide-Sha, Inc.）主办，得到了许多国家驻日本大使馆商务处及日本许多行业协会的大力支持。由于日本是一个非常重视交换及赠送礼品的国家，每年都会会有许多人选择在圣诞节、母亲节、情人节及生日时向自己的亲朋好友赠送礼物，因此日本礼品市场拥有非常广阔的前景，目前市场容量大约为1200亿美元。

许多国外企将参加东京礼品展视为其进入日本礼品市场的一条捷径。2024年2月举行的第97届东京国际礼品博览会展出面积达到86410平方米（包括了整个东馆1-8个展厅），参展商数量达到了2400家，4200个摊位，共有来自全球的200000名专业观众到场参观。

由展览会提供的资料显示，80%以上的观众把东京礼品展看作是能够成功交易和搜集有价值市场信息的最值得参观的贸易展览会。其中，90%多的观众是负责公司采购或是对公司决策有重大影响的人物。为使参展企业与买家之间更加白便捷的进行贸易洽谈与合作TIGS把整个展览馆划分为青年时尚&儿童&原材料、纸制品、创新发明、手工艺等27个展区。其中在东馆3号“进口礼品”展厅集中了很多来自世界各地（美国/欧洲/太平洋地区&亚洲/非洲/中南美洲等）大型国际展团，展出各种传统的、现代的、时尚的、日本本土及外国的进口礼品、服饰和家庭用品等。大多数中国参展企业表示展出效果良好并将继续参展。

## 展会简介

东京国际礼品博览会创办于1976年，每年分春秋两季举行，是目前日本国内最大、最重要的礼品及生活用品博览会，该展由日本商业指导公司（Business Guide-Sha, Inc.）主办，得到了许多国家驻日本大使馆商务处及日本许多行业协会的大力支持。由于日本是一个非常重视交换及赠送礼品的国家，每年都会会有许多人选择在圣诞节、母亲节、情人节及生日时向自己的亲朋好友赠送礼物，因此日本礼品市场拥有非常广阔的前景，目前市场容量大约为1200亿美元。

许多国外企将参加东京礼品展视为其进入日本礼品市场的一条捷径。2015年9月举行的第80届东京国际礼品博览会展出面积达到86410平方米（包括了整个东馆1-6个展厅51380平方米和西馆的1-4号展厅35030平方米），参展商数量达到了2400家，4200个摊位，共有来自全球的200000名专业观众到场参观。

由展览会提供的资料显示，80%以上的观众把东京礼品展看作是能够成功交易和搜集有价值市场信息的最值得参观的贸易展览会。其中，90%多的观众是负责公司采购或是对公司决策有重大影响的人物。

为使参展企业与买家之间更加白便捷的进行贸易洽谈与合作TIGS把整个展览馆划分为青年时尚&儿童&原材料、纸制品、创新发明、手工艺等27个展区。其中在东馆3号“进口礼品”展厅集中了很多来自世界各地（美国/欧洲/太平洋地区&亚洲/非洲/中南美洲等）大型国际展团，展出各种传统的、现代的、时尚的、日本本土及外国的进口礼品、服饰和家庭用品等。大多数中国参展企业表示展出效果良好并将继续参展。